

Al Rock in Rio de Lisboa con Abreu online

Dom Carlos Liberty, Dom Carlos Park, Hotel Roma, Neya Lisboa Hotel, Olissippo Lapa Palace, Olissippo Marquês de Sá y Olissippo Oriente son los hoteles seleccionados por Abreu online para comercializar los programas del Rock in Rio Lisboa.

El festival se llevará a cabo el 19, 20, 27, 28 y 29 de mayo en la Quinta da Bela Vista, y Abreu online dispo-

ne de ofertas específicas para este animado evento musical. De este modo, la operadora ofrece un mínimo de dos noches de alojamiento en habitación doble, con desayuno y cuatro entradas para el festival (una entrada por persona, por día), en hoteles de 3 a 5 estrellas.

Para conocer otras ofertas disponibles y reservar, los interesados pueden visitar abreonline.com.

Perú lanzó una App móvil gratuita

Perú anunció que puso a disposición de todos los turistas la primera guía de turismo digital oficial del Perú. Se trata de la aplicación para dispositivos móviles PeruTravel, que ofrece información turística sobre todos los departamentos del vecino país, con detalles sobre qué hacer y a dónde ir según los intereses de cada viajero. "Forma parte de una estrategia integral de promoción del turismo tanto interno como receptivo, que estamos enfocando en segmentos de alto crecimiento para el de los millenials, cuyos integrantes, hombres y mujeres entre los 18 y 34 años de edad, están



hiperconectados al mundo digital", afirmó Magali Silva, ministra de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

Miami se proyecta como destino MICE

De acuerdo con el Greater Miami Convention & Visitors Bureau (Gmcbv), la ciudad está realizando importantes inversiones para captar más eventos mundiales y aportar al crecimiento del sector.

El turismo es el principal motor económico de Miami, donde genera un impacto económico superior a los US\$ 24 billones al año y mantiene una ocupación hotelera cercana al 80%. Brasil, Canadá, Colombia, Argentina y Alemania son los principales emisores de visitantes a la ciudad, quienes además de preferir el destino por sus playas o por ser una meca para las compras, asisten a eventos de talla mundial. Razón por la cual el destino está haciendo fuertes apuestas para incrementar el número de turistas del segmen-



Rolando Aedo.



Gisela Martí.



Joe Docal.

to MICE, como también la cantidad de eventos que acoge anualmente.

"Con una inversión de US\$ 615 millones, estamos renovando nuestro Miami Beach Convention Center que tiene alrededor de 152.400 m² de espacio de exhibición, un salón de usos múltiples de 18.288 m² y 81 nuevas salas de recreo que abarcan 57.912 m². Su reconstrucción inició el pasado diciembre, y se estima que esté lista para 2018", dijo Rolando Aedo, vicepresidente ejecutivo del Greater Miami Convention & Visitors Bureau (Gmcbv). Según cifras de la entidad, con la expansión de este escenario se estima desarrollar cada año 21 convenciones y traer un adicional de US\$ 100 millones para la capital.

Sumado a este proyecto, Miami no para de crecer en

materia hotelera. "Desde 2015 y hasta 2020 vamos a tener 10 mil nuevas habitaciones", afirmó Aedo. Solo en 2016 se adicionarán a la oferta alrededor de 2.300 cuartos de reconocidas marcas. "Los futuros hoteles incorporan al interior de sus espacios amplias salas de conferencias y además disponen de escenarios al aire libre para el desarrollo de grandes eventos", agregó el vicepresidente del Gmcbv.

Cabe destacar que otro punto relevante es el Miami International Airport, que ha sido sometido a renovaciones por US\$ 6 billones.

OFERTA EMERGENTE.

La multiculturalidad de Miami la ha hecho merecedora de una muestra única en cuanto a movimientos artísticos, culturales y gastronómicos se re-

fiere. "Para nosotros ha sido importante ampliar el mensaje de todos los barrios que se pueden encontrar en la ciudad. Wynwood, Little Haiti y la Pequeña Habana son apenas algunos sectores que se han revitalizado en torno al arte, la música o la comida fusión, y que hoy son atractivos que obligan extender el tiempo de visita por parte de los turistas", dijo Gisela Martí, vicepresidente de Marketing y de Turismo del Gmcbv.

Por su parte Joe Docal, el nuevo director de Ventas para América Latina y el Caribe de la entidad, enfatizó: "Somos más que playas y compras. Gracias al despertar de múltiples expresiones culturales vienen muchos conciertos, obras itinerantes, más escenarios científicos y educativos como el Miami Science Museum, entre otros".

¡ESTAMOS LISTOS!

AMPLIFIED
Rewards

TE LLEVA AL



Tú puedes ser parte de la fiesta más esperada, solo **VENDE, REGISTRA y GANA**

en www.myamplifiedrewards.com y las coordenadas te llevarán a

HARD ROCK HOTEL & CASINO PUNTA CANA en septiembre 2016.

¡TODOS A BORDO!

REGISTRA TUS VENTAS YA

MAS INFORMACIÓN:
INFOCHIBOPE@HRHAIC.COM
#FAMFESTLATAM



PUNTA CANA